

Montse Bonet Professora del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat UAB

■ La radiodifusión privada en Cataluña: concentración y cadenas

La estructura del sistema radiodifusor privado catalán puede definirse con dos términos clave: concentración y cadenas. Poco más de la mitad de frecuencias están ahora en manos de una cadena de ámbito estatal y más del 90% forma parte de una cadena. Las alianzas, las compras y los acuerdos programáticos están a la orden del día.

■ Private radio broadcasting in Catalonia: concentration and networks

The structure of the private Catalan radio broadcasting system can be defined in two key terms: concentration and networks. Just over half of the frequencies are held by a single nation-wide network, and over 90% are part of a network. Alliances, acquisitions and arranged accords are the order of the day.

■ La radiodiffusion privée en Catalogne: concentration et chaînes

La structure du système de radiodiffusion privé catalan peut être définie en deux mots : concentration et chaînes. Un peu plus de la moitié des fréquences sont aux mains d'une radio de portée nationale et plus de 90 % font partie d'une chaîne. Les alliances, rachats et accords de programmation sont à l'ordre du jour.

El sector radiofònic privat: concentració y cadenes

La radiodifusió privada a Catalunya es pot, òbviament, traduir en xifres. Però el més interessant (i no pas només per als teòrics) és observar com cada un dels guarismes es correspon amb una característica prou significativa que reflecteix l'estructura, el procés evolutiu i els condicionaments (molt especialment l'econòmic) d'aquest sector. Cada cop que se'ns demana un treball d'aquesta mena advertim ja que les xifres són provisionals, que exhaureixen la seva validesa en un termini cada cop més breu de temps. Per això, no ens cansarem de repetir que, també cada cop més, s'imposa la necessitat de treure a la llum aquestes característiques subjacents que tenen la seva xifra corresponent. És a dir, i per posar-ne un exemple, certament canviarà ara la relació numèrica amb la nova concessió de llicències, però caldrà analitzar si canvia també l'estructura, la tendència i el futur desenvolupament de la ràdio privada a Catalunya.

Les xifres sobre el sector radiofònic privat català

El sector radiofònic privat català és força paradigmàtic i presenta unes xifres prou eloqüents: 70 freqüències de ràdio en FM i 12 en OM, repartides de la manera següent: SER: 18 en FM i 6 en OM. COPE: 10 en FM i 4 en OM. Onda Cero Radio (OCR): 5 en FM(1) i 2 en OM. Onda Rambla: 5 en FM(2). Flash: 6 en FM. Ona Catalana: 6 en FM. RKOR: 4 en FM. Cadena Musical: 3 en FM. RM/R.Tele-Taxi: 2 en FM. Ràdio Estel: 2 en FM. Segre Ràdio: 2 en FM. Independents (3): 7 en FM (Cadena Ibérica; RAC 105 FM; 101.1 Música; Hot 70; Ràdio Marina; Radio Club 25; Ràdio Valira). Com es pot observar, les freqüències en OM són en mans de les cadenes dites «històriques», si bé amb el matís que OCR no ho és però es va formar en bona part quan va adquirir la, sí històrica, Rueda de Emisoras Rato. Només partint d'aquestes primeres xifres (sense haver fet distinció de programacions) resulta fàcil anar dibuixant l'estructura del sistema

radiodifusor privat català i els termes clau que la defineixen: concentració i cadenes (o xarxes). Poc més de la meitat de freqüències és en mans d'una cadena d'àmbit estatal i més del 90% forma part d'una cadena, ja sigui estatal, autonòmica o local; les aliances, compres i acords programàtics són a l'ordre del dia i el seu procés de formació no és pas en declivi.

La sempre inevitable comparació amb el nombre de freqüències del sector públic (només el nombre, no la potència d'emissió, que seria una qüestió a banda) deixa al descobert una diferència més que considerable: unes 330 freqüències (les OM són en mans de RNE i la històrica Ràdio Sabadell, ara COM Ràdio). La incertesa d'aquest nombre es deriva de la sempre difícil quantificació de les emissores municipals (que ronden els dos centenars). Per tant, parlem d'una proporció aproximada de 80% per a la pública, 20% per a la privada. Si n'excloem les municipals, la proporció quedaria en 63%-37%. Sigui com sigui, quantitativament, sempre sortirà perdent el sector privat.

I aquest és un dels motius per als quals el sector privat, ajustant-se a la quantitat de freqüències disponibles i a la sempre onerosa càrrega de dependre exclusivament de la publicitat, cerca les fórmules que li permetin sostenir-se i aquestes passen per la formació de cadenes o acords programàtics i la lluita per les freqüències que abastin mercats poblacionals de considerable magnitud. No és d'estranyar, doncs, que quasi la meitat de les freqüències se l'endugui la província de Barcelona:

- Barcelona: 30 FM, repartides en 15 poblacions diferents (12 freqüències a Barcelona capital, 40% del total d'FM de la província). 7 OM, repartides en 5 poblacions diferents (3 a la capital, 43% del total de les OM de la província).
- Tarragona: 14 FM, repartides en 8 poblacions diferents (3 a la capital, 21,4%). 2 OM, en 1 població (no són a la capital).
- Lleida: 13 FM, repartides en 8 poblacions diferents (5 a la capital, 35,7%). 2 OM (les dues a la capital).
- Girona: 13 FM, repartides en 10 poblacions diferents (3 a la capital, 23%). 2 OM, en 2 poblacions (1 a la capital, 50%).

Política programàtica i nombre d'emissores

Seguint amb els condicionaments, la política programàtica que apliqui una determinada cadena o emissora depèn, en bona mesura, de la quantitat d'emissores que tingui, del seu potencial per atraure publicitat (o sigui, el seu potencial d'audiència) i, per descomptat, del cost de la programació (caríssima, en el cas de la generalista; molt més barata en el cas de la ràdio especialitzada, variant radiofórmula). En alguns casos, s'assaja la fórmula mixta, que consisteix a combinar els principals programes «generalistes» amb una forta presència musical; fórmula adoptada per emissores que tenen poca cobertura en una zona però els interessa potenciar ambdues programacions. En el cas de la cadena SER, va haver de fer-ho a tot Espanya per complir amb els requisits exigits per la llei, respecte a l'expedient de concentració, que l'obligà a desprendre's d'algunes emissores i a haver de reajustar la programació en unes altres, per poder continuar cobrint aquella zona amb una sola emissora quan abans podia tenir-ne dues o tres.

La SER té presents a Catalunya les cadenes: Cadena SER (generalista), les radiofórmules 40 Principales, M-80 i Dial, i la temàtica Sinfo-Radio. La cope ofereix la generalista i la temàtica Cadena 100. OCR és present amb la generalista i la temàtica Onda 10. Onda Rambla és generalista. Flash treballa amb dues radiofórmules: Flash FM i Flash Back. RÀDIO i Cadena Musical són radiofórmules. RM Radio i Radio Tele-Taxi es poden considerar temàtiques. Ràdio Estel treballa una programació mixta: radiofórmula durant el dia, generalista de nit. Segre Ràdio és radiofórmula i Ona Catalana està realment potenciant la programació generalista. Quant a les restants, són generalistes Ràdio Valira i Cadena Ibérica i són radiofórmules RAC 105 FM, 101.1 Música, Hot 70 del Masnou, Ràdio Marina i Radio Club 25.

L'oferta quantitativa del sector radiofònic català, en general, no es pot qualificar precisament de pobre. Una altra qüestió és la varietat de continguts o, ja dins del sector privat, la varietat empresarial. Hem esmentat ja la paraula concentració i la seva aplicació pràctica (tecnològica i programàtica), la cadena. I malgrat que es tracta d'una tendència creixent en els darrers vint anys, de forma especial, no és un fenomen nou: les «mini-cadenes» d'Unión Radio

als anys vint en l'àmbit estatal i la mateixa Ràdio Associació de Catalunya aquí, també als anys de preguerra, se'ns mostren amb certa obscenitat per recordar-nos que els condicionaments polítics, econòmics i legals segueixen determinant la configuració d'aquesta indústria cultural.

Rendibilitat econòmica i implantació geogràfica

Una cadena, una xarxa, no equival només a posar un mateix indicatiu cobrint el funcionament d'un nombre concret de freqüències. Una cadena és aplicar economies d'escala per tal de reduir costos i això implica una centralització, l'establiment d'una capçalera que concentra el procés de producció més important i un seguit de centres menors, alguns dels quals esdevenen mers repetidors de programació. En resum, l'operació en cadena és un procés de múltiples cares: tecnològica, programàtica, empresarial i productiva.

L'entorn comunicatiu que envolta la ràdio és el mateix, ja sigui aquesta d'àmbit estatal, autonòmic o local, formi part o no d'una cadena. Per a les que encara poden qualificar-se d'independents (no sabem per quant de temps), ni el marc legal les afavoreix en excés, ni el mercat expansionista hi farà excepcions. Un mercat, aquest, que cal que garanteixi una audiència i una audiència que cal que es transformi en moneda de canvi per oferir als anunciants potencials. D'aquí es deriva la importància de la relació entre rendibilitat econòmica i implantació geogràfica.

La propera concessió de llicències

Ara, la ràdio privada catalana és davant de dos fets que ens han de permetre escriure noves pàgines, si bé no hem d'oblidar que certs problemes (i hi incloem també el recuperat debat sobre servei públic-servei privat de radiotelevisió) s'haurien hagut de resoldre fa temps a partir d'un replantejament seriós i profund de reordenació del paisatge radiofònic. La lògica

concurrential actual és fruit de tot el que s'ha fet i tot el que no s'ha fet durant 75 anys.

Un d'aquests fets nous és la propera concessió de 39 noves llicències de freqüències en FM. Tenim ja servida la polèmica des de fa mesos perquè 15 d'aquestes llicències ja existeixen i exhaureixen el seu termini de concessió; pel que es pot veure, doncs, la renovació ja no és automàtica com fins ara. Tres d'aquestes llicències són de la SER, quatre de la COPE, una d'OCR, dues d'Onda Rambla, dues d'Onda Catalana i la resta són: RKROR Berga, Segre Ràdio 1 i Ràdio Marina de Blanes.

La digitalització

L'altre fet, ja present, ja conegut però creiem que encara poc estudiat, és la digitalització i les possibles aplicacions com el pay-per-listen o la interactivitat. El DAB (Digital Audio Broadcasting) no és (o no hauria de ser) una nova «joguina tecnològica» no és (o no hauria de ser) la mateixa ràdio però que se sent millor i arreu. La digitalització podria trencar la relació de la rendibilitat econòmica amb la implantació geogràfica; podria estimular la producció programàtica; podria fer la seva pròpia contribució en tot aquest procés de convergència de sectors: mitjans de comunicació, telecomunicacions i informàtica.

La digitalització, el codi binari, en definitiva, ens permetrà seguir parlant de «números» i de ràdio. **M.B.**

Notes:

- (1) Hi comptem l'acord d'associació a què va arribar amb Radio Salud.
- (2) Podríem relacionar-la amb Onda Rambla per l'acord programàtic que té i que es tradueix en l'emissió de Protagonistas.
- (3) Hi incloem Cadena Ibérica (Radio España) perquè és l'única freqüència que aquesta cadena té a tot Catalunya. La seva presència, doncs, obeeix més a la idea «d'única» que no pas d'independent.